

**PENG GAMBARAN GAYA HIDUP DALAM TVC
GO-JEK “HIDUP TANPA BATAS ITU APA
SIH?”**

SKRIPSI



Disusun Oleh :

MICHAEL ANGGI SETIAWAN

1423015029

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
SURABAYA
2019**

SKRIPSI

**PENG GAMBARAN GAYA HIDUP DALAM TVC
GO-JEK “HIDUP TANPA BATAS ITU APA
SIH?”**

**Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan alam memperoleh
gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala
Surabaya**



Disusun Oleh :

MICHAEL ANGGI SETIAWAN

1423015029

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
SURABAYA
2019**

SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Michael Anggi Setiawan

NRP : 1423015029

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi saya yang berjudul :
PENGAMBARAN GAYA HIDUP DALAM TVC GO-JEK “HIDUP
TANPA BATAS ITU APA SIH?”

Adalah benar-benar hasil karya saya sendiri. Apabila nanti di kemudian
hari terbukti bahwa karya tulis saya ini merupakan hasil plagiarisme,
maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang
berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan penuh
kesadaran.

Surabaya, 4 Juli 2019

Penulis



Michael Anggi Setiawan

NRP. 1423015029

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PENGAMBARAN GAYA HIDUP DALAM TVC
GO-JEK “HIDUP TANPA BATAS ITU APA
SIH?”**

Oleh:

MICHAEL ANGGI SETIAWAN

NRP. 1423015029

Skripsi ini telah disetujui oleh dosen pembimbing penulisan skripsi untuk diajukan ke tim penguji skripsi.

Pembimbing I: Theresia Intan Putri Hartiana., S.Sos., M.I.Kom.

(.....)

NIK. 142.10.0651

Pemimbing II: Dr. Drs, Nanang Krisdinanto, M.Si

(.....)

NIK. 142.10.0659

Surabaya, 4 Juli 2019

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya dan diterima untuk memenuhi sebagian dari persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada : Kamis, 4 Juli 2019

Mengesahkan,

Fakultas Ilmu Komunikasi,

Dekan,

Yuli Nugraheni, S.Sos., M.Si.

NIK.142.09.0647



Dewan Penguji:

1. Ketua : Yuli Nugraheni, S.Sos., M.Si.
NIK. 142.09.0647
2. Sekretaris : Theresia Intan P. H., S.Sos., M.I.Kom
NIK. 142.10.0651
3. Anggota : Dr. Drs. Nanang Krisdinanto, M.Si.
NIK. 142.10.0659
4. Anggota : Brigitta Revia S. F., S.I.Kom., M.Med.Kom.
NIK. 142.15.0849

**SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa
Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya

Nama : Michael Anggi Setiawan
NRP : 1423015029
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Tahun Lulus : 2019

Dengan ini setuju skripsi saya, dengan judul :

PENGAMBARAN GAYA HIDUP DALAM TVC GOJEK

"HIDUP TANPA BATAS ITU APA SIH"?

Untuk dipublikasikan/ditampilkan di internet atau media lain (Digital Library Perpustakaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya) untuk Kepentingan akademik sebatas sesuai dengan undang-undang Hak Cipta yang berlaku.

Demikian Surat Pernyataan Persetujuan Publikasi Karya Ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 4 Juli 2019



Michael Anggi Setiawan

NRP.1423015029

HALAMAN PERSEMBAHAN

Penulis ingin mempersembahkan Skripsi ini kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena oleh rahmat dan kasih karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini. Serta, penulis ingin mempersembahkan Skripsi ini kepada ibu yang selalu mendukung penulis dalam menyelesaikan Skripsi ini. Tanpa dukungan dan nasehat dari ibu, penulis tidak dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan tepat waktu. Selain itu banyak pihak-pihak lain yang ikut serta dalam mendukung dan memberikan semangat kepada penulis dalam proses pengerjaan Skripsi ini, antara lain kedua dosen pembimbing dan dosen-dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Tak lupa juga kepada sahabat dan teman-teman yang sudah memberikan dukungan, semangat maupun data-data pendukung yang digunakan penulis untuk mengerjakan Skripsi ini.

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur kepada Tuhan, karena atas berkat dan rahmatNya penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan judul PENGAMBARAN GAYA HIDUP DALAM TVC GO-JEK “HIDUP TANPA BATAS ITU APA SIH?” Laporan ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk memenuhi mata kuliah Skripsi di semester 8 (delapan) dan sebagai salah satu persyaratan lulus dalam mencapai gelar Sarjana Strata 1 Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Secara keseluruhan, Skripsi ini berisikan laporan penelitian mengenai pemaknaan isi media oleh penulis mengenai Gaya Hidup yang ada pada TVC yang berjudul “Hidup Tanpa Batas Itu Apa Sih?”. Dengan memanfaatkan TVC, perusahaan dapat mengirimkan pesan yang ingin disampaikan kepada publiknya, termasuk dalam penggambaran pesan yang disampaikan oleh PT. Aplikasi Karya Anak Bangsa (*GO-JEK Indonesia*).

Dalam proses pengerjaan hingga terselesaikannya Skripsi ini, penulis banyak mendapatkan bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar – besarnya kepada :

1. Ibu, terima kasih atas segala bimbingan dan perhatian kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan laporan ini dengan tepat waktu. Dengan terselesaikannya laporan ini, penulis berharap dapat membanggakan orangtua.
2. Dosen pembimbing Skripsi, Theresia Intan Putri Hartiana, S.Sos., M.I.Kom. dan Dr. Drs. Nanang Krisdinanto, M.Si., terimakasih telah memberikan bimbingan, dukungan dan semangat yang tak henti-hentinya kepada penulis selama proses pengerjaan Skripsi ini.
3. Yuli Nugraheni, S.Sos., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katholik Widya Mandala Surabaya, terima kasih atas perhatian, motivasi dan pengarahan yang diberikan selama penulis menimba ilmu di FIKOM WM.
4. Christine Hartanto, yang telah membantu penulis menemukan subjek penelitian Skripsi ini.
5. Agnes Dea, Kezia Gabriela, Christina Mega, Stephanie Indahwati, dan Ek Melanie yang telah membantu

penulis dalam pengerjaan, memberi masukan materi dan sumber-sumber literasi untuk penulisan Skripsi ini.

6. Seluruh sahabat, teman dan rekan-rekan penulis lainnya yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu. Penulis mengucapkan terima kasih untuk dukungan, motivasi, kritik dan saran yang telah diberikan.

Surabaya, 4 Juli 2019

Penulis

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR BAGAN.....	xvi
ABSTRAK.....	xvii
ABSTRACT.....	xviii
 BAB I. PENDAHULUAN.....	 1
I.1. Latar Belakang Masalah.....	1
I.2. Rumusan Masalah.....	11
I.3. Tujuan Penelitian.....	11
I.4. Batasan Masalah.....	11
I.5. Manfaat Penelitian.....	12

I.5.1. Manfaat Akademik.....	12
I.5.2. Manfaat Praktis.....	12
BAB II. PERSPEKTIF TEORITIS.....	13
II.1. Tinjauan Pustaka.....	13
II.1.1. Gaya Hidup dalam Pengukuran Psikografis.....	13
II.1.2. Iklan TVC dalam Aspek Komunikasi Pemasaran.....	17
II.1.3. Semiotika Charles Sanders Pierce.....	22
II.2. Bagan Kerangka Konseptual.....	25
BAB III. METODE PENELITIAN.....	26
III.1. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	26
III.2. Metode Penelitian	27
III.3. Subjek Penelitian.....	28
III.4. Unit Analisis.....	29
III.5. Teknik Pengumpulan data.....	30
III.6. Teknik Analisis Data.....	30
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	35
IV.1. Gambaran Umum Subjek Penelitian.....	35
IV.1.1. Profil PT Aplikasi Karya Anak Bangsa/GO-	

JEK Indonesia.....	35
IV.1.2. Iklan TVC GO-JEK “Hidup Tanpa Batas Itu Apa Sih?”.....	37
IV.2. Temuan Data dan Pembahasan.....	39
IV.2.1. Identifikasi Tanda TV Commercial Hidup Tanpa Batas Itu Apa Sih?.....	39
IV.2.2. Interpretasi Tanda <i>Icon</i>	42
IV.2.3. Interpretasi Tanda <i>Index</i>	70
IV.2.4. Interpretasi Tanda <i>Symbol</i>	94
IV.3. Metropolis Sebagai Penggambaran Gaya Hidup pada TVC GO-JEK “Hidup Tanpa Batas Apa Sih?”.....	106
BAB V. PENUTUP.....	114
V.1. Kesimpulan.....	114
V.2. Saran.....	115
V.2.1. Saran Akademik.....	115
V.2.2. Saran Praktis.....	115
DAFTAR PUSTAKA.....	116

DAFTAR TABEL

Tabel III.1 Identifikasi Tanda.....	34
Tabel III.2 Analisis.....	34
Tabel IV.1 Identifikasi Tanda pada TV Commercial Hidup Tanpa Batas Itu Apa Sih?.....	39
Tabel IV.2 <i>Icon</i> 1.....	42
Tabel IV.3 <i>Icon</i> 2.....	46
Tabel IV.4 <i>Icon</i> 4.....	49
Tabel IV.5 <i>Icon</i> 5.....	53
Tabel IV.6 <i>Icon</i> 6.....	59
Tabel IV.7 <i>Icon</i> 7.....	65
Tabel IV.8 <i>Index</i> 1 dan 5.....	70
Tabel IV.9 <i>Index</i> 2.....	77
Tabel IV.10 <i>Index</i> 3.....	79
Tabel IV.11 <i>Index</i> 4.....	84
Tabel IV.12 <i>Index</i> 6.....	87
Tabel IV.13 <i>Index</i> 7.....	90
Tabel IV.14 <i>Symbol</i> 1.....	94
Tabel IV.15 <i>Symbol</i> 2.....	98

Tabel IV.16 <i>Symbol 5</i>	103
-----------------------------------	-----

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1 Opening Iklan.....	5
Gambar I.2 GO-RIDE.....	6
Gambar II.1 Model Triadik Charles Sanders Peirce.....	23
Gambar III.1 Model Triadik Charles Sanders Peirce.....	31
Gambar III.2 GO-RIDE.....	32
Gambar III.3 GO-CLEAN.....	33
Gambar IV.1 Logo PT Aplikasi Karya Anak Bangsa/GO-JEK Indonesia.....	35
Gambar IV.2 Potongan <i>scene</i> iklan - MEIKARTA Aku Ingin Pindah ke Meikarta.....	44
Gambar IV.3Potongan <i>scene</i> iklan <u>NEO rheumacyl</u> -AWAS 3K saat Kerja di Kantor.....	55
Gambar IV.4 Potongan <i>scene</i> iklan <i>Hypermart-So Much More</i>	62
Gambar IV.5 Tangkapan layar aplikasi GO-JEK terbaru Mei 2019.....	68
Gambar IV.6 Potongan <i>scene</i> Iklan #AdaAqua-Momen Gagal Fokus di Kantor : Zonk.....	100

DAFTAR BAGAN

Bagan Kerangka Konseptual.....	25
--------------------------------	----

ABSTRAK

Michael Anggi Setiawan NRP. 1423015029. *Penggambaran Gaya Hidup dalam TVC GO-JEK "Hidup Tanpa Batas Itu Apa Sih?"*

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana penggambaran gaya hidup dalam iklan GO-JEK. Alasan penelitian ini dilakukan karena ingin mengetahui gaya hidup seperti apa yang hendak di gambarkan GO-JEK dalam iklan TVC “Hidup Tanpa Batas Itu Apa Sih?”. Gaya hidup merupakan pola konsumsi yang mencerminkan pilihan seseorang tentang bagaimana menghabiskan waktu dan uangnya atau mengalokasikan pendapatan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis semiotika Charles Sanders Peirce. Metode semiotika ini digunakan untuk melihat tanda yang menggambarkan gaya hidup dalam iklan.

Penelitian ini memberikan hasil bahwa gaya hidup yang ditampilkan dalam iklan merupakan gambaran dari gaya hidup metropolis yang berkarakteristik mengejar pencapaian prestasi dan prestis, menggantungkan diri terhadap teknologi *gadget* yang disebut dengan budaya virtual, serta menginginkan segala sesuatunya dapat dengan mudah didapatkan yang disebut dengan budaya instan. Dengan hal ini GO-JEK ingin mempersuasi serta mendorong konsumennya untuk terus menggunakan jasa GO-JEK dan memandang GO-JEK sebagai tanda untuk menjadikan diri konsumen sebagai bagian dari masyarakat metropolis.

Kata Kunci : Gaya Hidup Metropolis, GO-JEK, Semiotika Charles Sanders Peirce, Segmentasi Psikografis.

ABSTRACT

Michael Anggi Setiawan NRP. 1423015029. *The Depiction of Lifestyles In TVC GO-JEK "Hidup Tanpa Batas Itu Apa Sih?"*

This study aims to find out how to describe lifestyle in GO-JEK advertisements. The reason for this research was conducted is to know the lifestyle that GO-JEK wants to explain in the "Hidup Tanpa Batas Itu Apa Sih?" TVC advertisement. Lifestyle is a consumption pattern that reflects a person's choices about how to spend their time and money or allocate their income. The method used in this study is Charles Sanders Peirce's semiotic analysis method. This semiotic method is used to see signs that describe the lifestyle in advertisement.

This study provides results that the lifestyle displayed in the advertisement is an description of metropolis lifestyle characterized by the pursuit of achievement and prestige, relying on gadget technology called virtual culture, and want everything to be easily obtained is called instant culture. With this, GO-JEK wants to persuade and encourage its consumers to continue to use GO-JEK services and see GO-JEK as a sign to make consumers as part of the metropolis society.

Keyword : *Metropolis Lifestyle, GO-JEK, Semiotics of Charles Sanders Peirce, Psychographic Segmentation*